



## INTISARI

Globalisasi ekonomi menyebabkan implikasi perubahan yang sangat berbeda. Perubahan tidak hanya selalu terjadi terus menerus, akan tetapi perubahan tersebut menjadi radikal dan pesat. Perubahan juga terjadi pada cara pemenuhan terhadap tuntutan kepuasan pelanggan. Perencanaan strategik yang dapat mengoptimalkan kinerja perusahaan dalam upayanya untuk memenuhi kepuasan pelanggan dan dapat *survive* serta berkembang dalam lingkungan bisnis yang berubah ini, harus dilaksanakan secara terpadu, tepat dan konsisten, untuk mempertinggi daya saing.

Sebagai perusahaan yang mempunyai bisnis di bidang jasa *Superintending* atau *Surveyor* di Indonesia, PT. Sucofindo (Persero) mempunyai komitmen terhadap pemenuhan kepuasan pelanggan, karena bisnis perusahaan yang dijual adalah jasa sebagai pihak ketiga (*third party*) yang independen. Pelayanan yang optimal dan profesional, hanya dapat disajikan kepada para pelanggannya apabila jajaran perusahaan mempunyai komitmen yang tinggi dan fokus kepada kebutuhan para pelanggannya, hal tersebut, diimplemetasikan dengan sistem manajemen mutu.

Penelitian terhadap evaluasi pelayanan pelanggan Laboratorium PT. Sucofindo dilakukan pada kantor Cibitung dan dilakukan observasi pada proses-proses yang terkait dengan pelayanan pelanggan jasa laboratorium. Analisis data penelitian menggunakan replikasi model *Service-Quality Gap* yang dikembangkan oleh Valarie A. Zeithaml dkk. Obyek penelitian adalah evaluasi pelayanan jasa laboratorium dengan menggunakan analisis gap yaitu membandingkan antara kualitas pelayanan yang diharapkan pelanggan dengan pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan terkait. Sedangkan subyek penelitian terdiri dari pihak pelanggan atau pengguna jasa, pihak karyawan perusahaan yang bertindak sebagai pelaksana standar pelayanan, dan manajemen Laboratorium PT. Sucofindo sebagai pembuat standar pelayanan sekaligus sebagai penyedia jasa.

Dari hasil penelitian diperoleh kesimpulan akhir adalah, pelayanan yang diberikan oleh Laboratorium PT. Sucofindo sudah sesuai dengan pelayanan yang diharapkan pelanggan terutama pada dimensi kualitas jasa yang meliputi *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*. Namun pada dimensi *reliability* dan *emphaty* manajemen belum dapat menginterpretasikan persepsinya ke dalam suatu standar kualitas pelayanan jasa, sehingga masih terjadi kesenjangan. Faktor penyebab terjadinya lebih banyak dipengaruhi oleh kurang jelasnya perumusan tujuan peningkatan kualitas pelayanan untuk dilaksanakan karyawan meskipun telah distandardisasi pada Prosedur Sistem Mutu.

Untuk dapat menutup kesenjangan tersebut, dalam rangka meningkatkan kualitas jasa laboratorium, manajemen perusahaan perlu mengembangkan pola komunikasi yang efektif untuk dapat melakukan sosialisasi standar pelayanan jasa kepada seluruh jajaran perusahaan, terutama bagi unit kerja yang mempunyai interaksi langsung dengan para pelanggan di lini depan (*front liner*). Diharapkan dengan adanya pelayanan jasa yang berkualitas, pelanggan akan merasa puas dan menjadai pelanggan yang loyal, sehingga PT. Sucofindo dapat mencapai visinya, melalui misi dan *customer value* yang sesuai dengan tujuannya.



## ABSTRACT

Economics globalization generates implication of very different changes. The changes do not always continuously happen only, but it has been radical and rapid. The changes also happen to the way of fulfilling to customer's satisfaction. Strategic planning that optimize company's performance in its effort to fulfill customer's satisfaction and survive in the business environment, should be applied solid, precise and consistent to increase power of competition.

As a company running superintending or surveyor services in Indonesia, PT. Sucofindo (Persero) has a commitment in fulfilling customer's satisfaction since the company sells services as independent third party. Optimal and professional services are only delivered to its costumers when its management has high and focus commitment towards customer's needs. And it is implemented through quality management system.

Research of evaluation on customer's service of Laboratory of PT Sucofindo is conducted in Cibitung office and there is also observation on processes related with services of laboratory customers. Research data analysis uses model replicate of *Service. Quality Gap* developed by Valarie A and Zeithaml, et. al. Research object is evaluation on laboratory services using gap analysis namely by comparing expected quality service and received service of related customers. Research subjects consist of customer's or service user's sides, company's staffs as executives of standard services, and management of Laboratory of PT Sucofindo as standard service provider and supplier.

From research findings, there is final conclusion that services given by Laboratory of PT. Sucofindo is appropriate with customer's expected service, especially in dimension of service quality including responsiveness, assurance, empathy. However, in dimensions of reliability and empathy, management has not interpreted its perception in service quality standard yet. So it generated gap. Factor causing this is much influenced by unclear formulation on service quality development to perform by the company's staffs although it has been standardized in Quality System Procedure.

To handle the gap, in order to improve service quality of laboratory service, company's management should develop effective communication pattern to socialize service quality standard to the whole company's lines, especially to units with direct interaction to the customers in front liner. With the qualified service, it is expected that the customer will be satisfied and loyal, so that PT Sucofindo can achieve its vision through mission and customer value appropriate with its goals.